

Організації заходів дуже сильно впливають на суспільство. У деяких країнах, це являє собою дуже серйозну індустрію, яка приносить державі величезні прибутки у вигляді податків. З її допомогою можна залучити масштабну кількість туристів (наприклад, карнавали в Ріо відвідують сотні тисяч людей з різних куточків світу), що стає значною сумою доходу для місцевих бюджетів. Проведення виставок чи конференцій допомагає появі різноманітних ділових контактів і цим прискорюється економічний розвиток.

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ

Сова А.Р.

Науковий керівник – Нохріна Л.А., канд. техн. наук, доцент

Сьогодні під терміном «корпоративна соціальна відповідальність» (КСВ) українські компанії переважно розуміють надання благодійної допомоги, розвиток власного персоналу, чесне ведення бізнесу, дотримання і захист прав людини; менше – з соціальною відповідальністю впровадження принципів і практик підзвітності, прозорості та етичної поведінки, здійснення екологічних проектів та участь у регіональних програмах розвитку [1]. КСВ ще не стала частиною стратегічного менеджменту більшості компаній: лише незначна їхня частина має стратегію соціальної відповідальності, не почався процес формування окремих функціональних підрозділів по соціальній відповідальності, компанії не мають чіткого механізму контролю впроваджуваних заходів із соціальної відповідальності. Лише п'ята частина вітчизняних підприємств має спеціальний бюджет і планують соціальний звіт. Проте, заходи із соціальної відповідальності привносять відчутні результати для суспільства і регіону; впливають на покращення ставлення працівників до компанії, покращують репутацію і економічні показники бізнес-структур.

Засади соціально відповідального бізнесу України викладені в Меморандумі про соціальну відповідальність бізнесу. Вони відповідають принципам Глобального договору ООН, відповідним документам Європейського Союзу, українському законодавству.

Результати дослідження Waddock & Graves [2] свідчать, що українські компанії все більше розуміють і сприймають соціальну відповідальність як інструмент підвищення конкурентоспроможності. Понад дві третини таких підприємств вважає, що заходи із соціальної відповідальності впливають на можливості знайти та утримати кращих працівників, сформувати позитивний імідж і ділову репутацію, створити

конкурентні переваги. Дослідження Waddock & Graves показало, що протягом 10 років у вітчизняних компаній, які реалізують концепцію соціальної відповідальності, фінансові показники були вищими, ніж у соціально невідповідальних: дохід на інвестований капітал – вищий на 9,8%, дохід з активів – на 3,55%, дохід з продажів – на 2,79%, прибуток – на 63,5% [2]. Вплив соціальних і благодійних програм на економічну ефективність маркетингу і продажів визначали за індикаторами, тобто за даними про продажі; пізнаваність продукції і бренду; кількість і мотивація покупців, які вчинили першу покупку, причини зміни марки товару; характеристики покупців та їхня сегментація; ефективність інформаційних кампаній та PR.

Прозорість вітчизняних бізнес структур визначали в рамках дослідження, ініційованого в рамках проекту «Об'єднаймося заради реформ (UNITER)», що фінансується Агентством США з міжнародного розвитку (USAID). Рейтинг Індекс прозорості та підзвітності компаній України проведено центром «Розвиток корпоративної соціальної відповідальності» за міжнародною методикою організації Beyond Business [3]. У національному дослідженні брали участь понад 100 найбільших українських компаній. Середній показник прозорості вітчизняних учасників рейтингу становить 59,8%. За результатами, найвищий Індекс прозорості та підзвітності має компанія ДТЕК, яка за отриманими балами увійшла в топ-10 найпрозоріших компаній світу (160 балів з 200 можливих, тобто 80% прозорості). ДТЕК є найбільшою приватною вертикально-інтегрованою енергетичною компанією України. Друге місце серед українських прозорих компаній посіла компанія «Метінвест», яка розглядає соціальну відповідальність як додаткову можливість розширення меж діалогу з усіма заінтересованими сторонами та інструмент, що допомагає вибудовувати взаємовигідні партнерські відносини. Інформаційна відкритість є основний принцип «Метінвесту» при взаємодії зі стейкхолдерами.

Отже, враховуючи зазначене, можна зробити висновок, що українські компанії, які впроваджують у свою діяльність принципи корпоративної соціальної відповідальності є лідерами вітчизняного ринкового середовища. Функціонування на засадах соціальної відповідальності суттєво відбивається на їхній популярності та прибутковості.

1. Соціальна звітність в Україні як інструмент управління людським капіталом: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://pbo.ztu.edu.ua/article/viewFile/45216/42250>.

2. Корпоративна соціальна відповідальність в Україні: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://sostav.ua/news/2012/04/23/9/48706/>.

3. Що таке корпоративна соціальна відповідальність бізнесу: [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.net.ua/opinions/>.